

KARTA PRZEDMIOTU

Cykl kształcenia od roku akademickiego: 2022/2023

I. Dane podstawowe

Nazwa przedmiotu	Kultura konwergencji
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	The convergence culture
Kierunek studiów	humanistyka cyfrowa
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	II stopień, magisterskie
Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne)	stacjonarne
Dyscyplina	literaturoznawstwo
Język wykładowy	polski

Koordinator przedmiotu/osoba odpowiedzialna	mgr Magdalena Owczarczyk
---	--------------------------

Forma zajęć (<i>katalog zamknięty ze słownika</i>)	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
wykład			2
konwersatorium	30	2	
ćwiczenia			
laboratorium			
warsztaty			
seminarium			
proseminarium			
lektorat			
praktyki			
zajęcia terenowe			
pracownia dyplomowa			
translatorium			
wizyta studyjna			

Wymagania wstępne	brak
-------------------	------

II. Cele kształcenia dla przedmiotu

C1. Celem przedmiotu jest analiza i diagnoza kultury konwergencji, rozumianej za H. Jenkinsem jako: „coraz ściślejsze, wieloaspektowe oddziaływania między starymi i nowymi platformami medialnymi, zachodzące między nimi przepływy treści, wzrost aktywności odbiorców (uczestników) kultury popularnej, a także przemiany, jakim podlega współczesna polityka, wynikające z rozwoju mediów cyfrowych”.

III. Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA		
W_01	Student zna cechy charakterystyczne kultury konwergencji oraz przyczyny jej powstania.	K_W02
UMIEJĘTNOŚCI		
U_01	Student analizuje dyskurs naukowy poświęcony kulturze konwergencji.	K_U02 K_U03
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_01	Student analizuje i opisuje artefakty kultury konwergencji w przestrzeni publicznej zgodnie z etyką zawodową.	K_K02

IV. Opis przedmiotu/ treści programowe

1. Współczesne przemiany mediów: przyczyny i prognozy
2. Stare i nowe media oraz ich wpływ na życie człowieka
3. Konwergencja: ustalenia terminologiczne
4. Kultura popularna, kultura masowa, kultura konwergencji
5. Artefakty kultury konwergencji w przestrzeni publicznej

V. Metody realizacji i weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody dydaktyczne (lista wyboru)	Metody weryfikacji (lista wyboru)	Sposoby dokumentacji (lista wyboru)
WIEDZA			
W_01	Analiza artefaktów kultury konwergencji, praca z tekstem	Referat/prezentacja	Karta oceny prezentacji
UMIEJĘTNOŚCI			
U_01	Dyskusja, metaplan	Referat	Esej końcowy
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
K_01	Dyskusja	obserwacja	Karta obserwacji

VI. Kryteria oceny, wagi...

20% obecność

30% ocena z prezentacji/referatu (oceniona co najmniej na ocenę pozytywną)

50% ocena z eseju zaliczeniowego (oceniony co najmniej na ocenę pozytywną)

VII. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	30
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	30

VIII. Literatura

Literatura podstawowa
Jenkins H., <i>Kultura konwergencji: zderzenie starych i nowych mediów</i> , przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007.
Manovich L., <i>Język nowych mediów</i> , przeł. P. Cypryański, Warszawa 2006.
Kopecka-Piech K., <i>Nowe media z perspektywy konwergencji. Wzajemne determinacje struktury, treści i typów uczestnictwa</i> , [w:] <i>Nowe media i komunikacja wizualna</i> , red. S. Jędrzejewski, P. Francuz, Lublin 2010, s. 24-42.
Siuda P., <i>Wpływ Internetu na rozwój fandomów, czyli o tym, jak elektroniczna sieć rozwija i popularyzuje społeczności fanów</i> , [w:] <i>Media i społeczeństwo. Nowe strategie komunikacyjne</i> , red. M. Sokołowski, Toruń 2008, s. 239-256.
Wójciszyn-Wasil A., <i>Obrazy – nie tylko w wyobraźni. Wizualna ewolucja radia</i> , „Zeszyty Naukowe KUL” 2018, nr 1(241), s. 373-385.
Cyrek B., <i>YouTube jako serwis społecznościowy. W stronę klasyfikacji witryny</i> , „Zarządzanie Mediami” 2020, nr 2, t. VIII, s. 119-136.
Pawlus T., <i>Kultura popularna a kultura medialna – wybrane problemy teorii i rzeczywistości</i> , [w:] <i>Kultura popularna w medialnych kontekstach</i> , red. Z. Pucek, D. Sozańska, Kraków 2014, s. 47-64.
Jarecka U., <i>Od teledysku do wideo</i> , [w:] <i>Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku</i> , red. M. Kopfinger, Warszawa 2005, s. 293-315.
Osińska N., <i>Audioprzewodnik – o doświadczaniu przestrzeni wykreowanej pomiędzy rzeczywistością a wyobraźnią</i> , [w:] <i>Internet jako przestrzeń relacji społecznych – szanse, ograniczenia, perspektywy</i> , red. D. Siemieniecka, M. Szablowska-Zaremba, Lublin 2021, s. 48-58.
Literatura uzupełniająca
Podawana na bieżąco z najnowszej literatury przedmiotu.